

## PELATIHAN DESAIN PRODUK PEMASARAN DIGITAL PADA PEMUDA KARANG TARUNA DESA CIKARAGEMAN SELAMA COVID-19

Andi Arfian<sup>1</sup>, Ani Yoerani<sup>2</sup>, Adelia Alvi Yana<sup>3</sup>  
, Juarni Siregar<sup>4</sup>, Syafrianto<sup>5</sup>

<sup>1-5</sup> Fakultas Teknologi Informasi, Universitas NusaMandiri Jakarta Indonesia

Email: [andi.afn@nusamandiri.ac.id](mailto:andi.afn@nusamandiri.ac.id), [juarni.jsr@nusamandiri.ac.id](mailto:juarni.jsr@nusamandiri.ac.id)  
[ani.ayr@nusamandiri.ac.id](mailto:ani.ayr@nusamandiri.ac.id) [adelia.aav@nusamandiri.ac.id](mailto:adelia.aav@nusamandiri.ac.id),  
[Syafrianto.yfr@nusamandiri.ac.id](mailto:Syafrianto.yfr@nusamandiri.ac.id)

### **Abstrack**

*Utilization of marketing technology during the pandemic requires broad insight in increasing digital marketing, especially during the pandemic period from the above problems, so community service activities are to add insight and use digital-based technology, especially during the Covid-19 period where human interaction is limited and as a solution that can be used as a solution. desired in this activity is to train youth youth to master product design techniques for marketing through social media and internet networks through the creation or design of product content which is interesting with digital marketing tools such as Fixellabs and Canva to produce broad marketing improvements and provide an understanding of optimizing Product Design Making in the form of banners and pamphlets as well as marketing product designs using social media as a marketing medium. This workshop was attended by 10 participants who are youth youth organizations from Cikarageman Village, Setu District, Bekasi Regency. The results achieved by the participants were very enthusiastic in participating. This training and the end of this training is an increase in the economy of the Village Youth and the village community at large during this Covid-19 pandemic.*

*Keywords: Digital Marketing, Covid-19, Sosial Media, Photoshop*

### **Abstrak**

*Pemanfaatan Teknologi dan wawasan pemasaran selama masa pademi sangat diperlukan sekali dalam peningkatan dan perluasan pemasaran produk terutama pada masa pademi covid-19. Dari masalah diatas maka kami mengadakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat bertujuan untuk menambah wawasan dan pemanfaatan teknologi pemasaran berbasis digital khususnya pada masa pemberlakuan pembatasan social dimana interaksi manusia menjadi terbatas dan sebagai solusi yang diinginkan dalam kegiatan ini adalah mencoba memberi wawasan serta melatih Pemuda karang taruna untuk dapat menguasai teknik Desain Produk dalam pemanfaatan pemasaran melalui media sosial dan jaringan internet melalui pembuatan atau desain konten produk yang menarik dengan tools digital marketing seperti Fixellabs dan Canva guna menghasilkan perluasan dan peningkatan pemasaran serta memberikan pemahaman mengenai optimalisasi Pembuatan Desain Produk baik berupa spanduk maupun pamflet dan pemasaran produk desain menggunakan media sosial sebagai media pemasaran. Workshop ini diikuti 10 peserta yang merupakan pemuda karang Taruna dari Desa Cikarageman, Kecamatan Setu, Kabupaten Bekasi. Hasil yang dicapai para peserta sangat antusias dalam mengikut pelatihan ini dan akhir dari pelatihan ini adalah peningkatan ekonomi Pemuda Desa dan Masyarakat desa secara luas selama masa pademi*

**Kata kunci :** *Digital Marketing, Covid-19, Sosial Media, Photoshop*

## 1. PENDAHULUAN

Penyebaran virus (Covid-19) di Indonesia semakin memprihatinkan. Hingga hari ini (15/3/2021) setidaknya 1,41 Juta orang terkonfirmasi positif dan 38.226 dinyatakan meninggal akibat virus tersebut. Akibat pandemi Covid-19 yang makin meluas dan pemberlakuan PPKM untuk menekan laju tumbuhnya pandemi tersebut makan mempunyai dampak yang sangat luas terhadap perekonomian masyarakat baik di kota maupun di desa salah satu contohnya adalah dari segi pemasaran yang biasa tatap langsung dan bebas melakukan transaksi sekarang terasa terbatas dan makin susah dalam melakukan penjualan secara langsung dengan pembeli secara bebas seperti tahun-tahun sebelumnya dan Peraturan yang dibuat oleh pemerintah maka semua proses interaksi dibatasi agar tidak terjadi penyebaran wabah semakin meluas dalam melihat permasalahan tersebut diatas maka perlu adanya edukasi dan sosialisasi dalam meraih pasar selama masa pandemi ini dengan pemanfaatan teknologi digital internet dan media sosial sebagai wadah dalam peningkatan pemasaran produk mereka yang mudah, murah dan cepat, Pemanfaatan fasilitas internet sekarang ini makin lebih dominan dan memungkinkan dalam pelaksanaan transaksi dan komunikasi pada saat-wadah saat ini dan hasil akhirnya adalah meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat desa.

Desa Cikarageman adalah desa yang sebagian penduduknya bertani dan Berdagang serta sebagian bekerja sebagai karyawan di lingkungan industri baik di Bekasi maupun di Cileungsi dan sebagian besar penduduknya masih produktif dan dengan rata-rata pendapatan diatas baik dan sebagian wilayah sudah tercakupi signal komunikasi 4G yang baik dan jumlah populasi penduduk setiap [1] penduduk semakin meningkat kedepannya dari besarnya potensi tersebut maka perlu diberikan edukasi dan pemahaman tentang pemanfaatan ekonomi digital di desa khususnya pemuda Karang Taruna agar mereka bisa jadi pelopor Pengembangan ekonomi maupun Pemasaran produk bagi kesejahteraan keluarga maupun masyarakat desa secara umum.

## 2. IDENTIFIKASI MASALAH

Pemanfaatan Teknologi Internet dan peningkatan penggunaan seluler baik di kota maupun di desa serta permasalahan Penerapan pembatasan sosial Masyarakat pada masa pandemi Covid-19 semakin memperburuk perekonomian baik di kota maupun di desa [2]. Banyak masyarakat desa harus keluar dari masalah perekonomian yang sulit disebabkan keterbatasan pengetahuan pemanfaatan teknologi digital sebagai sarana pendukung. Untuk memperbaiki dan memberi motivasi tentang solusi apa yang harus dilaksanakan dalam memajukan perekonomian masyarakat agar terlalu terpuruk terlalu jauh yaitu salah satunya dengan memberi wawasan pengetahuan dan pelatihan [3] untuk melakukan transaksi penjualan dari masalah tersebut maka kami termotivasi untuk melaksanakan kegiatan pelatihan terhadap pemuda Karang Taruna dalam pemanfaatan teknologi digital marketing yang diharapkan bisa menjadi pelopor di desanya dalam peningkatan perekonomian masyarakat secara umumnya.

## 3. METODELOGI PELAKSANAAN

Dalam kegiatan ini Terdapat beberapa kegiatan dengan metode yang berbeda dalam upaya pengembangan pemasaran usaha berbasis teknologi informasi pada pemuda Karang Taruna Desa Cikarageman Kecamatan [2] mengenai kewirausahaan, terutama berbisnis secara online, Selain meningkatkan wawasan peserta dalam pelatihan ini juga memberikan motivasi dan semangat kepada para pelaku usaha di Desa Cikarageman. [4]. Evaluasi dalam Kegiatan dilakukan untuk mengetahui feedback dari para peserta, berupa tanggapan dari pelaku usaha dan tindak lanjut yang akan dilaksanakan oleh pelaku usaha. Dari hasil Evaluasi kegiatan ini juga dilakukan untuk mengetahui kesesuaian antara hasil dan tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini.

## 4. METODELOGI PELAKSANAAN

Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat ini diawali dengan melakukan koordinasi pertemuan awal antara pihak pelaksanaan

kampus dan pemeritahan desa yaitu dosen, Aparat Desa dan Karang Taruna untuk mendapatkan masukan permasalahan sehubungan dengan tema dari kegiatan pengabdian masyarakat. Dari hasil pertemuan tersebut maka kita dapatkan kesimpulan permasalahan dengan memberi solusi yaitu dengan melaksanakan pelatihan bagaimana mendesain dan mengembangkan potensi usaha dengan memperluas pasar berbasis teknologi informasi. Diharapkan bisa menambah pemasukan ekonomi masyarakat selama Pandemi kepada pemuda Karang Taruna. Dalam pelatihan ini kami melaksanakan pelatihan bagaimana memulai untuk merancang sebuah produk atau menemukan ide yang berhubungan dengan produk yang akan dijual kemudian ide tersebut di aplikasikan kedalam sebuah aplikasi yang ada di mobile phone atau Komputer, salah satunya kita menggunakan aplikasi Photoshop dan Aplikasi berbasis mobile yaitu canva sebagai media dalam menuangkan ide desain produk yang akan dijual dalam hal ini kita memberi wawasan dengan pemanfaatan market di media sosial agar pemasaran lebih cepat dan murah.

### 5. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Kegiatan pengabdian masyarakat ini berjalan dengan baik dengan banyak peserta yang antusias dalam kegiatan pelatihan ini, Hal ini dapat dilihat dari keaktifan dan peran aktif peserta dalam mempraktekkan dan memberikan pertanyaan kepada Tim Pengajar pengabdian Masyarakat. Sebagian Peserta pelatihan dapat memanfaatkan teknologi informasi sebagai media untuk belajar dan menambah keterampilan dan dari pelatihan ini diharapkan para peserta bisa Menangkap Peluang Usaha yang banyak tersebar di Desa Cikarageman. Manfaat dari Pengabdian Masyarakat ini adalah Meningkatnya produktivitas dan kesejahteraan bagi para pelaku usaha terutama pemuda Karang taruna dan Meningkatnya wawasan, pengetahuan, keterampilan para Pemuda karang taruna Sebagai Pengerak maupun sebagai pelaku usaha dalam pengelolaan proses pemasaran produk dan Promosi dalam meningkatnya nilai daya saing produk usaha.

Table 1. Hasil Survei Peserta Pelatihan

Peserta (10)	A	Keterangan	%	Total
Sangat bermanfaat dan menambah ilmu khususya untuk promosi dan usaha mandiri	10	Baik		
Cukup mendukung buat ngembangin usaha saya di UMKM. Sebaiknya di laksanakan secara berkala agar dapat menambah wawasan dan pengetahuan kami	10	Baik	80%	10
	10	Baik		



Gambar 1. Grafik Progres Peserta

Dari hasil terlihat di Tabel.1, dapat disimpulkan kegiatan pengabdian masyarakat yang melibatkan para peserta pemuda karang Taruna dan hasil yang didapat dari pelatihan ini sebagian besar peserta merasa bermanfaat dan menambah wawasan dalam peningkatan pemasaran dan peningkatan ekonomi masyarakat.



Gambar 2. Kegiatan pelatihan

### 6. KESIMPULAN

Kami sebagai pelaksanaan Program Pengabdian Masyarakat sangat berterimakasih atas terlaksananya kegiatan ini

tanpa adanya dukungan dari semua pihak baik dari tingkat pemerintah desa yaitu kepala desa Cikarageman beserta aparatnya dan juga Pemuda Karang taruna yang telah berpartisipasi dalam kegiatan ini. Semoga kegiatan ini mendapat mempunyai nilai lebih dalam pemanfaatan pengetahuan pemasaran di media sosial terutama konsep online searing, tren pemasaran pada platform media sosial dan tren teknologi informasi pada digital marketing dan juga bisa Mengimplentasikan permasalahan pemasaran selama pandemi ini agar bisa terus berusaha dan tidak patah arang dalam masa yang serba sulit disebabkan pembatasan interaksi sosial oleh pemerintah .

## 6. UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada LPPM Universitas Nusamandiri atas dukungan pendanaan yang telah diberikan melalui Program Pengabdian Masyarakat Dosen dan Mahasiswa untuk Pemberdayaan Dan Pengembangan Pemasaran produk berbasis digital marketing . Dan terima kasih kepada Kepala desa Bapak arkum dan aparatnya yang telah memberi ijin dan tempat pelaksanaan kegiatan ini hingga selesai dan juga para peserta dari pemuda karang taruna desa Cikaregeman atas waktunya ikut dalam pelatihan ini

## 7. REFERENSI

- [1] Syarifah, “BUAH NANAS KHAS KABUPATEN SUBANG JAWA BARAT Opan Arifudin Ekonomi Syariah , STEI Al-Amar Subang Email :  
opan.arifudin@steialamar.ac.id  
Abstract Pineapple is a typical fruit of Subang Regency , but not all pineapples can be sold in the market . This is due,” vol. 3, 2020.
- [2] R. Saputra, L. N. Ardiani, and ..., “Digital Marketing sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat di Kabupaten Batang,” ... *Masy.*
- [3] E. Susanti, “Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi Pada Umkm Di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor,” *Sawala J. Pengabdi. Masy. Pembang. Sos. Desa dan Masy.*, vol. 1, no. 2, p. 36, 2020.
- [4] P. Yu and D. Zhao, “Effect of Website Quality Factors on the Success of Agricultural Products B2C E-commerce To cite this version : HAL Id : hal-01220819 Effect of Website Quality Factors on the Success of Agricultural Products B2C E-commerce,” 2015.
- [5] T. Rw, C. Jagakarsa, J. Selatan, M. Aliftian, and M. Rhama, “Pelatihan pemanfaatan internet bagi remaja karang taruna rw. 05 cipedak jagakarsa jakarta selatan 1),” vol. 1, no. 2, pp. 277–282, 2020.